

# *La relevancia de las SOCIMI en el mercado español: antecedentes y perspectivas*

---

**MEMORIA PRESENTADA POR:**  
*Elisa Campos Pérez*

GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE  
EMPRESAS

Convocatoria de defensa: Junio 2016

Título:

**La relevancia de las SOCIMI en el mercado español: antecedentes y perspectivas**

Resumen:

En este trabajo se persigue: (i) analizar el producto de inversión SOCIMI, como alternativa a los tradicionales productos de inversión colectiva en el mercado del alquiler; (ii) averiguar el grado de conocimiento de este producto entre los ciudadanos de la Comarca del Comtat. Persiguiendo el objetivo (i) se revisarán los antecedentes de las SOCIMI y las características de estas sociedades se compararán con las de los Fondos y Sociedades de Inversión Inmobiliaria y las Sociedades de Arrendamiento de Viviendas. En esta comparativa se incluirá la evolución que cada producto ha presentado en los últimos años. Con el objetivo (ii) se llevará a cabo un trabajo de campo.

Palabras clave:

Mercado inmobiliario, alquiler, SOCIMI, inversión, tributación.

## Contenido

1.- INTRODUCCIÓN .....	4
2.- ORIGEN Y CONTEXTO ACTUAL DE PRODUCTOS DE INVERSIÓN COLECTIVA EN EL MERCADO INMOBILIARIO ESPAÑOL .....	6
2.1.-Antecedentes de las SOCIMI .....	7
2.2.    La inversión colectiva en inmuebles en España .....	10
2.2.1.    Fondos de Inversión Inmobiliaria .....	10
2.2.2.    Sociedades de Inversión Inmobiliaria .....	12
2.2.3.    Sociedades Patrimoniales .....	13
2.2.4.    Sociedades de Arrendamiento .....	14
2.2.5.    SOCIMI .....	15
2.3.- Panorámica de los vehículos de inversión colectiva en el mercado inmobiliario español .....	20
3.- PERSPECTIVAS DE LAS SOCIMI EN L'ALCOIÀ Y EL COMTAT .....	22
3.1.- Población objeto de estudio .....	22
3.2.- Diseño del cuestionario y medio para su difusión .....	28
3.3.- Análisis e interpretación de resultados de la encuesta .....	30
4.- CONCLUSIONES .....	35
REFERENCIAS .....	36
ANEXOS .....	38
ANEXO 1. Empresas de asesoramiento y apoyo a SOCIMIS .....	39
ANEXO 2. Cuestionario .....	41
ANEXO 3. Pirámides poblacionales .....	42
ANEXO 4. Análisis cuestiones mediante DYANE .....	46

## 1.- INTRODUCCIÓN

En este trabajo se va a analizar e investigar la evolución de los distintos vehículos de inversión inmobiliaria tradicionales, observando las diferencias entre cada uno de ellos y los resultados que han presentado a lo largo de estos últimos años. Prestaremos especial atención a uno de los vehículos, las SOCIMI.

Los resultados de estos productos se han visto afectados por la crisis de 2007 debido al descenso de la construcción (caída de los precios de la vivienda más de un 30%). Por ello, disminuyó el interés en la inversión en estos productos de alquiler inmobiliario.

En 2009 se introdujo en nuestro país un nuevo producto denominado SOCIMI (Sociedades Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario), este surge como alternativa a los tradicionales productos de inversión colectiva en el mercado de alquiler inmobiliario. A la versión original de este producto se asociaba una fiscalidad poco atractiva, por lo que no tuvo a penas aceptación. En 2012 surgió una nueva ley que cambió dicha fiscalidad haciéndolo más atractivo y más beneficioso que los demás.

Es por ello que este trabajo se centra en el nuevo producto de inversión inmobiliaria denominado SOCIMI (en auge respecto a los vehículos de inversión inmobiliaria tradicionales). Más precisamente, en este trabajo lo que se busca es averiguar el grado de conocimiento del producto de inversión SOCIMI, mediante un trabajo de campo basado fundamentalmente en la realización de una encuesta dirigida a las distintas poblaciones que abarcan l'Alcoià y el Comtat. Este estudio va a ser fundamental para conocer el interés que despierta en esta zona este vehículo de inversión y las particularidades que caracterizan a los encuestados.

El lector de este trabajo va a entender de manera sencilla la evolución reciente del mercado del alquiler a través de la inversión colectiva, detectando al vehículo societario SOCIMI como clave en la recuperación del sector inmobiliario español.

Los datos han sido obtenidos de diversas fuentes, como pueden ser la CNMV, Inverco o el INE...etc.

El trabajo está estructurado en dos bloques, cada respectivo bloque consta de tres apartados:

En el primer bloque vamos a tratar los siguientes apartados que hablan sobre los productos de inversión inmobiliaria:

- El primer apartado trata de exponer el origen de las SOCIMI y poner en contexto al lector, explicando los antecedentes de estas y los distintos productos iguales a este establecidos en otros países.
- El segundo apartado explica cada uno de los vehículos tradicionales de inversión inmobiliaria y el nuevo producto: Fondos de Inversión Inmobiliaria, Sociedades de Inversión Inmobiliaria, Sociedades Patrimoniales, Sociedades de Arrendamiento y por último las SOCIMI.
- En el tercer apartado se explica la evolución de cada uno de estos productos considerando el número de partícipes y el patrimonio.

En el segundo bloque se desarrollan los siguientes apartados que conforman los pasos a realizar en el análisis de campo:

- En primer lugar, se analiza la población objeto de estudio, detallando por qué la escogemos y los rangos de edad a los que se va a dirigir el análisis de las SOCIMI.
- En segundo lugar, se describe paso a paso el diseño y redacción del cuestionario.
- Por último, se analizan e interpretan los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas.

## 2.- ORIGEN Y CONTEXTO ACTUAL DE PRODUCTOS DE INVERSIÓN COLECTIVA EN EL MERCADO INMOBILIARIO ESPAÑOL

Las SOCIMI son sociedades anónimas cotizadas de inversión inmobiliaria cuya actividad principal es la adquisición, promoción y rehabilitación de activos de naturaleza urbana para su arrendamiento, bien directamente o bien a través de participaciones en el capital de otras SOCIMI.

Tras la introducción en España de las SOCIMI, el 26 de octubre de 2009 se publicó una nueva ley (Ley 11/2009) en la que se regulan las Sociedades Cotizadas de Inversión Inmobiliaria "SOCIMI" equivalente a la figura internacional del REIT (*Real Estate Investment Trust*), establecidos en otros países como Estados Unidos (desde 1960) o Reino Unido (desde 2007).

Pasado un tiempo, y tras comprobar que el interés por el producto no era el esperado, se decidió modificar la Ley 11/2009 con el objetivo de mejorarlas características que se presuponían un hándicap para captar a los inversores. Se publicó así la Ley 16/2012, que incorporaba como principales novedades las siguientes: (i) Estas sociedades pasaron a tributar en el Impuesto de Sociedades de un 19% a un 0%; (ii) El capital mínimo exigido para su constitución pasó de 15 millones de Euros a 5 millones, quedando el máximo sin límite; (iii) Se disminuyeron los plazos de mantenimiento de los inmuebles; y (iv) El número de inmuebles necesarios para la puesta en marcha de la sociedad pasó de ser 3 a 1.

De acuerdo a la Tabla 1, la Ley 16/2012 solo incorpora, desde el punto de vista fiscal, una modificación relativa al porcentaje de tributación en el Impuesto de Sociedades.

**Tabla 1. Novedades tras la Ley 16/2012 en materia fiscal.**

Ventajas fiscales	Ley 2009	Ley 2012
Bonificación ITP, AJD (Adquisición)	95%	95%
Exención de AJD (Constitución, Aportaciones)	Si	Si
Impuesto de Sociedades	19%	0%

Fuente: Solventis.

## 2.1.-Antecedentes de las SOCIMI

Los antecedentes de las SOCIMI son los REITs (*Real Estate Investment Trust*). El primer país en desarrollar este tipo de sociedades fue Estados Unidos durante los años 60. En los años 70 se implantaron en Holanda y Australia. Más tarde, entraron en Francia, Reino Unido, Canadá, Brasil, Luxemburgo, Alemania, Bélgica, Turquía, México, Malasia, Israel, Taiwán, Japón, Hong Kong, Corea de Sur, Singapur, Holanda, Italia y Finlandia. En la Tabla 2 se puede ver qué denominación tienen los REIT en cada país y el año de introducción en el mismo.

**Tabla 2. Denominación de los REIT en los distintos países y fecha de introducción.**

País	Término	Introducción
Estados Unidos	REITs	1960
Holanda	FBI	1969
Nueva Zelanda	NZ-REIT	1969
Australia	A-REITs	1971
Brasil	FII	1993
Canadá	REITs	1993
Bélgica	SICAFI	1995
Turquía	REITs	1995
Japón	J-REITs	1999
Singapur	S-REIT	1999
Sud Corea	K-REIT	2001
Francia	SIIC	2003
Hong Kong	REITs	2003
Taiwán	REITs	2003
Bulgaria	SPIC	2005
Malasia	REITs	2005
Tailandia	REITs	2005
Dubái	REITs	2006
Israel	REITs	2006
Alemania	G-REITs	2007
Chile	FII	2007
Costa Rica	REIF	2007
Grecia	REIC	2007
Italia	SIQ	2007
Luxemburgo	SIF	2007
Reino Unido	UK REITs	2007
Lituania	REITs	2008
Paquistán	Paquistán REITs	2008
Finlandia	Finnish REIT	2009
España	SOCIMI	2009
Filipinas	Emergen	2010
México	FIBRAS	2010
Hungría	Emergen	2011
Sud África	PUT	2013

Fuente: Bogleheads.

La gran mayoría de los REIT creados en estos países siguen el modelo de Estados Unidos pero a pesar de los rasgos comunes, existen grandes diferencias entre los países, tanto en cuanto a su estructura como en cuanto a la exención a la que puedan acogerse. A continuación se dará más detalle a cerca del REIT tal como se concibe en los EEUU.

Los REITs son vehículos de inversión inmobiliaria, que invierten en bienes raíces que generan ingresos, es decir, es una compañía que invierte habitualmente en la compra- aunque a veces también en la financiación a través de hipotecas y de activos inmobiliarios (edificios de oficinas, locales comerciales, centros sanitarios, hoteles, centros comerciales, etc.)- para obtener rentas periódicas con los alquileres o los intereses de los créditos.

Dichas empresas permiten a los pequeños inversores realizar inversiones inmobiliarias de gran escala accediendo al mercado inmobiliario de forma sencilla, diversificada y con un capital reducido.

La mayor parte de los REIT son sociedades que cotizan en bolsa de valores.

Hay una gran diferencia con las típicas empresas inmobiliarias puesto que no buscan obtener un rendimiento a través de la revalorización de los inmuebles (vendiendo más caro del precio de compra), sino que esperan obtener rendimiento a través de la generación de rentas periódicas con los alquileres. A pesar de eso, de forma esporádica, sí que venden obteniéndose de esta manera beneficios por la revalorización de inmuebles. En estos casos, suele tratarse de una venta de activos no estratégicos o a los que ven poco recorrido y un buen precio.

### **2.1.1. Requisitos de los REIT**

Para poder constituir o adquirir un REIT debe de cumplir los siguientes requisitos:

- Los activos de esta empresa deben ser fundamentalmente inmobiliarios. Tienen como condición que el 75% de sus ingresos brutos deben provenir del cobro de alquileres, hipotecas o venta de inmuebles.
- Contar con un mínimo de 100 accionistas o beneficiarios, siendo condición imprescindible, que los 5 mayores accionistas no posean más del 50% del total de las acciones y todos deben recibir el 90% de los beneficios como dividendos.
- Emisión de acciones cotizadas en el mercado de valores.
- Ser una entidad sujeta a tributación, ya que todo dividendo y ganancia de capital está sujeto al pago de impuestos.



- El Consejo de Administración o fideicomiso supervisa a la dirección ejecutiva de la compañía.

### **2.1.2. Ventajas y riesgos de los REIT**

Entre las ventajas principales de los REIT destacamos:

- Liquidez: facilidad en la compra y venta de acciones, dichas acciones tienen mayor liquidez al cotizar en bolsa que los fondos inmobiliarios. Dicha liquidez es posible en el mercado secundario, y no con el reembolso de participaciones.
- Alta y estable rentabilidad por dividendo. Inversión de bajo riesgo con poca volatilidad.
- Fiscalmente transparentes, al presentar informes de resultados con regularidad.
- Ventajas fiscales respecto a las inmobiliarias tradicionales, ya que equiparan el mercado inmobiliario con cualquier otro mercado de valores.
- Diversificación de la cartera de inversión, puesto que con pequeñas cantidades de dinero se accede a carteras de inmuebles muy diversificadas.

Como mayor riesgo asociado a los REIT encontramos:

- Al cotizar en bolsa están sujetos a fluctuaciones en las valoraciones de mercado. Este riesgo es sobre todo a corto plazo, ya que suele ser estable en el largo plazo.

## 2.2. La inversión colectiva en inmuebles en España

### 2.2.1. Fondos de Inversión Inmobiliaria

Son patrimonios sin personalidad jurídica propia. Se trata de una inversión colectiva compuesta con los capitales de muchas personas destinados a la inversión de bienes inmuebles de naturaleza urbana para su arrendamiento, no a la compra venta, para obtener así un beneficio y repartirlo entre los diferentes inversores del fondo según su participación en él.

Los Fondos de Inversión Inmobiliaria invierten en inmuebles de naturaleza urbana:

- Inmuebles, es decir, edificios finalizados (viviendas, urbanizaciones...) inmuebles en fase de construcción o sobre plano y residencias de la tercera edad o de estudiantes para su explotación en alquiler. Hay que tener en consideración que estos no deben representar más del 40% del activo.
- Opciones de compra y compromisos de compra a plazo de inmuebles. Estas no pueden superar el 10% del patrimonio, y se valora según la prima total pagada.
- La titularidad de otros derechos reales sobre bienes inmuebles y concesiones administrativas, siempre que esté destinado al arrendamiento.

Por tanto, obtienen sus rendimientos tanto de las rentas que obtienen por el alquiler de los inmuebles como por la evolución de los precios.

Estos fondos son atractivos porque ofrecen una alternativa a la inversión directa en vivienda u otros inmuebles, ya que se puede participar con importes menos significativos.

Los FII deben permitir a los partícipes suscribir o solicitar el reembolso de sus participaciones al menos una vez al año y su patrimonio inmobiliario deberá ser tasado con la misma periodicidad mínima.

Su principal inconveniente es que estos productos tienen menor liquidez que los Fondos de Inversión Mobiliarios, porque no se puede reembolsar la participación en cualquier momento sino solo una vez al año y el valor liquidativo es fijado al menos mensualmente por la sociedad gestora del fondo. Además, para el posible reembolso hay que pagar una elevada comisión que puede llegar hasta un máximo de 5% y que va decreciendo hasta llegar a desaparecer a partir del tercer o cuarto año.

Estas elevadas comisiones de reembolso unidas a su menor liquidez, hacen que resulte adecuado para inversores con un horizonte de inversión a largo plazo, no para inversiones especulativas a corto plazo.

Sus características principales son:

- Capital inicial mínimo de 9 millones de euros.
- Requiere un mínimo de 100 partícipes.
- El valor mínimo invertido en inmuebles urbanos destinados a arrendamiento será del 70%. Incluyendo:
  - Derechos reales sobre inmuebles y concesiones administrativas que permitan el arrendamiento de inmuebles.
- La financiación ajena se limita al 50% (En caso de dificultad en la tesorería un 10% adicional).
- El valor de un inmueble o los derechos sobre él no puede ser superior al 35% del patrimonio total del fondo en el momento de su adquisición.
- El plazo mínimo de mantenimiento de un activo arrendado debe ser de 3 años (7 años si es promovido por la IICI).

**Tabla 3. Listado de Fondos de Inversión Inmobiliaria a fecha Mayo de 2016.**

Denominación Social	No. Registro Oficial	Fecha de Registro	No. Reg. Gestora	Denominación Social de la Gestora	Denominación Social de la Depositaria
AHORRO CORPORACION PATRIMONIO INMOBILIARIO, FII (EN LIQUIDACION)	9	07/09/2004	128	IMANTIA CAPITAL, S.G.I.I.C., S.A.	CECABANK, S.A.
CX PROPIETAT, FII (EN LIQUIDACION)	10	24/05/2006	20	CATALUNYACAIXA INVERSIO, S.G.I.I.C., S.A.	CATALUNYA BANC, S.A.
SEGURFONDO INVERSION, FII (EN LIQUIDACIÓN)	2	21/02/1995	98	INVERSEGUROS GESTION, S.A., S.G.I.I.C.	INVERSEGUROS SOCIEDAD DE VALORES, S.A.

Fuente: CNMV.

Clases de fondos de inversión inmobiliaria según su funcionamiento:

- Fondos abiertos: su patrimonio aumenta o disminuye en función de las suscripciones y reembolsos.
- Fondos cerrados: La salida de un partícipe requiere la entrada de otro nuevo.

### 2.2.2. Sociedades de Inversión Inmobiliaria

Las Sociedades de Inversión Inmobiliaria sólo podrán adoptar la forma de capital fijo. Por ello, son como los Fondos de Inversión Inmobiliaria pero revisten de forma societaria.

Son fondos de inversión colectiva no financiera, invierten en viviendas para el arrendamiento de inmuebles de naturaleza urbana.

**Tabla 4. Listado de Sociedades de Inversión Inmobiliaria a fecha Mayo de 2016.**

Denominación Social	No. Registro Oficial	Dirección	Localidad	Código Postal	Fecha de Registro
LAZORA, SII, S.A.	13	C/ Serrano, 30 - 2º	Madrid	28001	18/01/2013
REAL ESTATE DEAL, S.I.I., S.A.	3	Ciudad BBVA - calle Azul nº 4	Madrid	28050	24/02/2004
SANTANDER AHORRO INMOBILIARIO 1, S.I.I., S.A.	6	AV. CANTABRIA S/N. CDAD GRUPO SANTANDER	BOADILLA DEL MONTE	28660	23/12/2005
SANTANDER AHORRO INMOBILIARIO 2, SII, S.A.	9	AV. CANTABRIA S/N. CDAD GRUPO SANTANDER	BOADILLA DEL MONTE	28660	19/12/2006
SIRESA CAMPUS, SII, S.A.	17	C/ Serrano, 30 - 2º Drcha.	Madrid	28001	25/09/2015
VENTAFARINAS IMMOBLES, SII, SA	11	C/ SENA, 12, PARQUE DE ACT.ECON. CAN SANT JOAN	SANT CUGAT DEL VALLES	08174	12/12/2008

Fuente: CNMV

Sus características principales son:

- Capital mínimo de 9 millones de euros.
- Requiere un mínimo de 100 partícipes.
- El valor mínimo invertido en inmuebles urbanos destinados a arrendamiento será del 80%, incluyendo:
  - Derechos reales sobre inmuebles y concesiones administrativas que permitan el arrendamiento de inmuebles.
- La financiación ajena se limita al 50% (10% adicional en caso de dificultades de tesorería).
- El valor de un inmueble no puede ser superior al 35% del patrimonio total de la sociedad.
- El plazo mínimo de mantenimiento de un activo arrendado debe ser de 3 años (7 años si es promovido por la IICI).

### 2.2.3. Sociedades Patrimoniales

Estas sociedades eran entidades que no realizaban una actividad económica en sí, únicamente se dedicaban a la gestión de bienes o de cartera. La mayor parte de sus activos estaban formados por valores.

El concepto de sociedad patrimonial tan solo tiene relevancia a efectos fiscales y no mercantiles, puesto que era una sociedad de capital constituida de forma usual siempre que cumpliera las siguientes condiciones:

- El 50% de su capital formado por bienes (valores, inmuebles...).
- Más del 50% del capital de la entidad debe pertenecer directa o indirectamente a no más de 10 socios o a un grupo familiar.

Con anterioridad al 1 de enero de 2007, se les aplicaba una fiscalidad propia, tributando al Impuesto de Sociedades y al Impuesto sobre la Renta.

A partir del 1 de enero de 2007 y tras la implantación de la Ley 35/2006 la Sociedad Patrimonial dejó de existir para pasar a ser una Sociedad Mercantil de tenencia de bienes, tributando al mismo régimen que cualquier otra sociedad.

#### 2.2.4. Sociedades de Arrendamiento

Son sociedades cuya actividad principal es el arrendamiento de viviendas, también pueden realizar otro tipo de actividades. Son sociedades con un régimen fiscal especial.

Las principales características de las Entidades de Arrendamiento de viviendas son:

- Tributan en el Impuesto de Sociedades al 4.5%. Si se trata de alquiler de inmuebles a discapacitados tributan al 3%.
- Sus dividendos tributan sin particularidades en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y en Impuesto de Sociedades con deducción al 50%.

Estas sociedades tienen una bonificación del 85% con carácter general en el Impuesto de Sociedades, este aumenta al 90% en caso de discapacidad del arrendatario y siempre que se haya adecuado a estas instalaciones.

Requisitos que debe cumplir una sociedad de arrendamiento:

- El número de viviendas debe ser igual o superior a ocho.
- Los inmuebles arrendados deben mantenerse al menos durante 3 años.
- La contabilización debe ser individual, es decir, de cada uno de los inmuebles y deberá reflejar la rentabilidad.
- Si se desarrollan otras actividades, la de arrendamiento de viviendas debe ser la principal, alcanzando el 55% de los inmuebles arrendados antes de los 3 años.
- La Agencia Tributaria debe ser informada por la aplicación del régimen especial.

### 2.2.5. SOCIMI

Las Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión Inmobiliaria -en adelante SOCIMI- reguladas por la Ley 11/2009 de 26 de Octubre y modificadas por la Ley 16/2012, son aquellas sociedades anónimas cotizadas cuya actividad principal es la inversión directa o indirecta en activos inmobiliarios de naturaleza urbana para su alquiler. Su objetivo es impulsar el mercado de alquiler en España proporcionando liquidez y rentabilidad estable al inversor.

- Sus elementos societarios o actividades que constituyen su objeto social principal son:
  - La adquisición y promoción de bienes inmuebles de naturaleza urbana para su arrendamiento, incluyendo todo tipo de inmuebles urbanos como viviendas, garajes, oficinas, locales comerciales, centros comerciales, naves industriales y hoteles, bien sea directamente o a través de algunas entidades siempre que cumplan unos requisitos determinados; (la actividad de promoción incluye la rehabilitación de edificaciones en determinadas circunstancias).
  - Tener participaciones en el capital de otras SOCIMI u otra entidad no residente en territorio español, siempre que tengan el mismo objeto social que aquellas y estén sometidas a un régimen similar al de las SOCIMI en cuanto a distribución de beneficios.
  - Tener acciones o participaciones en Instituciones de Inversión Colectiva Inmobiliaria.
- Las SOCIMI pueden realizar actividades accesorias o distintas a las que constituyen su objeto social principal pero siempre y cuando las rentas de estas, es decir los ingresos, no superen el 20% del total de las rentas de la sociedad en cada periodo impositivo.

### REQUISITOS

- Requisitos mercantiles. Capital social, denominación y negociación cotización
  - Las SOCIMI jurídicamente deben ser Sociedades Anónimas cotizadas
  - Su capital social mínimo debe ser de al menos 5 millones de euros.
  - Las acciones:
    - Solo pueden ser de un tipo: Nominativas.
    - Su denominación social debe incluir la indicación "SOCIMI, S.A", bien con la abreviatura o con el nombre completo "Sociedad Cotizada de Inversión en el Mercado Inmobiliario, Sociedad Anónima".
    - Deben ser admitidas para su negociación en un mercado regulado o en un sistema multilateral de negociación español (MAB, "Mercado alternativo

bursátil), de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, o bien en un mercado regulado de cualquier estado de la UE o país o territorio con el que exista efectivo intercambio de información tributaria

- Deben contar al menos con 50 accionistas.
- Requisitos de inversión y patrimonio:
  - Las SOCIMI deben invertir al menos el 80% del valor contable del activo en Activos Cualificados siendo estos los siguientes:
    - Bienes inmuebles de naturaleza urbana destinados a su arrendamiento tanto en España como en otro país siempre que haya un contrato de intercambio de información tributaria.
    - Terrenos para la promoción de bienes inmuebles para destinarlos a alquiler siempre que la promoción se inicie dentro de los tres años siguientes a su adquisición.
    - Participaciones en el capital o en el patrimonio de otras entidades que tengan por objeto social el de las SOCIMI. Participaciones en el capital o en otra SOCIMI, residente o no pero que cumplan los mismos requisitos.
  - Rentas: origen de ingresos.
    - El 80% de los ingresos del periodo impositivo debe provenir de:
      - Arrendamiento de bienes inmuebles afectos al cumplimiento de su objeto social principal con personas o entidades que no formen grupo con independencia de la residencia.
      - De dividendos o participaciones en beneficios de entidades aptas en este régimen es decir que cumplan su objeto social principal.
    - Para el cálculo de este porcentaje no han de tenerse en cuenta las ganancias obtenidas en la transmisión de activos (una vez cumplido el requisito de permanencia).
    - Periodo de tenencia de activos: en cuanto a los plazos de permanencia o mantenimiento lo bienes inmuebles:
      - Deberán permanecer arrendados durante al menos tres años, incluyendo el tiempo que hayan estado ofrecidos en arrendamiento, con un máximo de un año.
      - Las acciones o participaciones en el capital deberán mantenerse en el activo al menos durante tres años desde su adquisición o, en su caso,



desde el inicio del primer periodo impositivo en el que se aplique el régimen fiscal.

#### DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS. Dividendos.

Una de las mayores ventajas/atractivo para los inversores es el requisito que tienen las SOCIMI de repartir obligatoriamente un porcentaje de los beneficios obtenidos en cada ejercicio, porcentaje que varía dependiendo del origen de los beneficios. Así, se deben distribuir al final de cada cierre del ejercicio:

- El 100% de los beneficios procedentes de los dividendos o participaciones aptas en beneficios distribuidos por las entidades participadas que reúnan las características específicas anteriormente señaladas.
- Al menos el 50% de los beneficios derivados de la transmisión de inmuebles y acciones o participaciones una vez transcurridos los plazos de mantenimiento de la inversión. Los beneficios restantes (50%) se tendrán que reinvertir en otros inmuebles o participaciones en el plazo de 3 años en caso contrario, el 100% de esos beneficios deberán distribuirse a sus socios.
- Al menos el 80% del resto de beneficios, es decir, las rentas obtenidas por el alquiler de bienes inmuebles de naturaleza urbana que no estén afectos a su actividad principal así como las rentas procedentes de actividades accesorias

- Régimen fiscal especial.

El régimen fiscal especial que adquieren las SOCIMI es la característica más importante tras la modificación de la ley de diciembre de 2012, pues las SOCIMI se consideran sociedad. Afecta, por un lado, a la propia sociedad en cuanto sujeto pasivo del impuesto sobre sociedades y, por otro lado, a los socios.

Para poder adoptar este régimen fiscal debe ser aprobado en junta general de accionistas y transmitido a la delegación de la AEAT tres meses antes de que finalice el año fiscal.

- El beneficio más importante es que tributan en el Impuesto sobre Sociedades IS al tipo de gravamen del 0% (Original de la ley establecía un tipo de gravamen del 19%).

Excepto:

- La transmisión de los activos afectos a la actividad principal y las rentas que proceden del alquiler de bienes inmuebles que han incumplido los requisitos de mantenimiento que si tributarán y lo harán al tipo general del gravamen del impuesto.
- Los dividendos o participaciones dados a los socios cuya participación en el capital social de la entidad sea igual o superior al 5%, y siempre que estos dividendos estén exentos o tributen a un tipo de gravamen inferior al

10%, (excepto que el socio sea otra SOCIMI) en este caso, la entidad estará sometida a un gravamen especial del 19%.

- Gozarán de una bonificación del 95% en el ITP (Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales), por la adquisición de viviendas y terrenos para la promoción de viviendas destinadas al arrendamiento.
- Las operaciones de constitución y aumento de capital social de las SOCIMI, así como las aportaciones no dinerarias a dichas sociedades, quedarán exentas en la modalidad de operaciones societarias del ITPAJ.

#### CAMBIOS EN LAS SOCIMIS:

La necesidad de fomentar el mercado de alquileres determinó que a mediados del año 2012 el Gobierno se planteara la conveniencia de modificar el régimen jurídico de las SOCIMI cuya regulación, tal y como estaba, había determinado que tuvieran poco éxito. Dichas modificaciones del régimen jurídico de las SOCIMI se produce por la Ley 16/2012, de 27 de diciembre, que introduce las siguientes modificaciones en la Ley reguladora de las SOCIMI (Ley 11/2009, de 26 de octubre):

**Tabla 5. Cambios incorporados tras la Ley 16/2012.**

	<b>Ley 11/2009</b>	<b>Ley 16/2012</b>
<b>Capital mínimo exigido.</b>	15 millones de euros.	5 millones de euros.
<b>Inmuebles necesarios. Peso máximo balance/ inmueble.</b>	Tener 3 inmuebles en activo y que ninguno represente más del 40% del activo.	1 inmueble y peso máximo balance/inmueble del 100%.
<b>Plazo de mantenimiento mínimo de inmuebles en arrendamiento</b>	7 años	3 años
<b>Requisitos diversificación.</b>	Se requieren ciertos requisitos para garantizar una adecuada diversificación de las inversiones.	Se ha eliminado las exigencias para garantizar una adecuada diversificación de las inversiones.
<b>Gravamen especial</b>		El 19% sobre el importe íntegro de los dividendos, respetando determinadas condiciones.
<b>Tipo de acciones. Mercado de cotización</b>	SIBE	Nominativas MAB o SIBE
<b>Impuesto de sociedades IS</b>	19%	0%
<b>Promociones inmobiliarias.</b>	Prohibido.	Se suprime la prohibición

Fuente: Elaboración propia a partir de la AEAT.

### 2.3.- Panorámica de los vehículos de inversión colectiva en el mercado inmobiliario español

En este apartado se va a comentar cuál ha sido la evolución del número de partícipes o socios y del patrimonio de los vehículos de inversión colectiva del mercado inmobiliario Fondos y Sociedades de Inversión Inmobiliaria.

Esta evolución se contrastará con la de un vehículo de más reciente implantación en España, que ha sido presentado en la Sección 2.2, las SOCIMI.

En 2013 había seis Fondos de Inversión Inmobiliaria, actualmente únicamente quedan tres. Por otra parte, las Sociedades de Inversión Inmobiliaria pasaron de ser siete sociedades a ser seis.

En la tabla 6 podemos observar la evolución del patrimonio del año 2014 al 2015 de los Fondos de Inversión Inmobiliaria y de las Sociedades de Inversión Inmobiliaria, observando una disminución en ambos casos.

- Patrimonio

**Tabla 6. Evolución del patrimonio de las SII y los FII.**

ICC	2014	2015 (I)	2015 (II)	2015 (III)	2015 (IV)	% Var. Trim.
<b>FII</b>	419.808	417.916	419.541	420.346	390.997	-6.98
<b>SII</b>	806.482	809.430	687.326	720.512	702.108	-2.55

Fuente: Elaboración propia a partir de la CNMV.

En la tabla 7 podemos observar el cambio del número de partícipes del año 2014 al 2015 de los Fondos de Inversión Inmobiliaria y de las Sociedades de Inversión Inmobiliaria, observando también una minoración en ambos casos.

- Número de partícipes

**Tabla 7. Evolución del número de partícipes de las SII y los FII.**

ICC	2014	2015 (I)	2015 (II)	2015 (III)	2015 (IV)	1 Trim.	1 año
<b>FII</b>	4.021	3.897	3.909	3.912	3.918	0.15	-2.56
<b>SII</b>	845	842	683	583	583	-31.01	-31.01

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNMV.

Todos los cambios en los vehículos de inversión inmobiliaria anteriores se deben a que las SOCIMI se han convertido en las más activas del sector, esto se corresponde con los cambios fiscales introducidos en 2012 que las hacen más atractivas para los inversores. En 2015, invirtieron alrededor de 4.000 millones de euros en la ampliación y diversificación de su patrimonio, gracias a esto ganaron valor de mercado.

Además, estos cambios dieron la oportunidad de invertir a los pequeños inversores y eliminaron las barreras de entrada a los inversores internacionales.

Las SOCIMI son un negocio joven, en auge y con mucho potencial de recorrido (ver Tabla 8), puesto que no es solo el inversor español el que está interesado y demanda activos inmobiliarios sino que gran parte de los flujos vienen también del extranjero.

Este sector ha efectuado una remodelación especializándose en un mercado concreto para que cada uno pueda pujar en lo que le interese puesto que no todos pueden pujar por el mismo edificio de oficinas, por ejemplo. Y gracias a esto, seguirán incrementándose según vayan saltando más SOCIMIs a la bolsa.

La primera SOCIMI en entrar en el Ibex 35 fue Merlín Properties el 21 de diciembre de 2015, en sustitución de Abengoa, ya que la intención de esta última era presentar un precurso de acreedores y perdió más de un 70% de su valor en bolsa tras la decisión del Comité Asesor Técnico (CAT). Merlín Properties entró con una capitalización de 3.776 millones de euros, un coeficiente aplicable del 100% y un total de 323.030.000 acciones.

**Tabla 8. Patrimonio y número de partícipes de las SOCIMI.**

<b>Mercados</b>	<b>Capitalización</b>	<b>Partícipes</b>
<b>Ibex 35</b>	3.490 millones de euros.	1
<b>Continuo</b>	2.283 millones de euros.	3
<b>MAB</b>	842 millones de euros.	11

Fuente: Elaboración propia a través de la web 'Estrategias de inversión'.

En el Ibex 35 participa: Merlín Properties.

En el Mercado Continuo participan: Axiare patrimonio, Lar España, Hispania Activos Inmobiliarios.

En el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) participan: Autonomy Spain, Corpfín, Corpfín Capital, Fidere, Obsido Socimi, Promorent Socimi, Trajano, Uro, Mercal inmuebles, Entrecampos Zaragoza Properties.

En el Anexo 1 se detallan varios asesores sobre las SOCIMI en España.

### 3.- PERSPECTIVAS DE LAS SOCIMI EN L'ALCOIÀ Y EL COMTAT

#### 3.1.- Población objeto de estudio

El trabajo de campo en el que se persigue conocer el grado de conocimiento de las SOCIMI se lleva a cabo entre los ciudadanos de las Comarcas de l'Alcoià y el Comtat. La Comarca de l'Alcoià incluye 8 poblaciones, mientras que la del Comtat abarca a 24 municipios. En la Tabla 3 se detalla el número de habitantes totales en cada una de las poblaciones de ambas comarcas.

La Hoya de Alcoy ha sido siempre una comarca compuesta fundamentalmente por la industria y los cultivos de interior. En Alcoy y Bañeres, están las industrias del textil y del papel tradicionales desde la antigüedad. Por su parte los municipios del centro, Ibi, Onil y Castalla, se han dedicado a la industria del juguete, se pueden encontrar en estas poblaciones algunas de las más importantes empresas españolas.

La actividad económica de la comarca está basada casi por completo por la industria textil y la agricultura. La industria sólo se encuentra en las poblaciones más grandes como lo son la capital Cocentaina o en Muro. El resto, debido en parte a sus malas infraestructuras, son todo poblaciones muy pequeñas, de las muy pocas de la provincia que sufren despoblación. alguna de estas localidades, tiene incluso menos de 100 habitantes, como son los casos de Tollos y Famorca.

No obstante, la dificultad para acceder a estas poblaciones, las ha mantenido libres de la posible especulación urbanística, conservándose en estas tierras unos de los pocos paisajes vírgenes del interior tradicional, con un entorno natural sin degradar.

**Tabla 9. Número de habitantes total de las poblaciones de l'Alcoià.**

Comarca de l'Alcoià	
Alcoy	61.552
Ibi	24.113
Castalla	10.327
Onil	7.771
Bañeres	7.240
Tibi	1.719
Penàguila	323
Benifallim	109

Fuente: Población municipios de l'Alcoià.

**Tabla 10. Número de habitantes total de las poblaciones del Comtat.**

<b>Comarca del Comtat</b>	
<b>Cocentaina</b>	11.383
<b>Muro</b>	8.725
<b>Beniarrés</b>	1.335
<b>Benilloba</b>	843
<b>Planes</b>	803
<b>Lorcha</b>	751
<b>Agres</b>	623
<b>Alquería</b>	455
<b>Benimarfull</b>	441
<b>Alfafara</b>	430
<b>Gaïanes</b>	376
<b>Gorga</b>	248
<b>Alcolecha</b>	219
<b>Alcocer</b>	216
<b>Benasau</b>	210
<b>Millena</b>	187
<b>Quatretonda</b>	138
<b>Benimassot</b>	131
<b>Almudaina</b>	127
<b>Facheca</b>	119
<b>Benillup</b>	101
<b>Tollos</b>	65
<b>Famorca</b>	53

Fuente: Población municipios el Comtat.

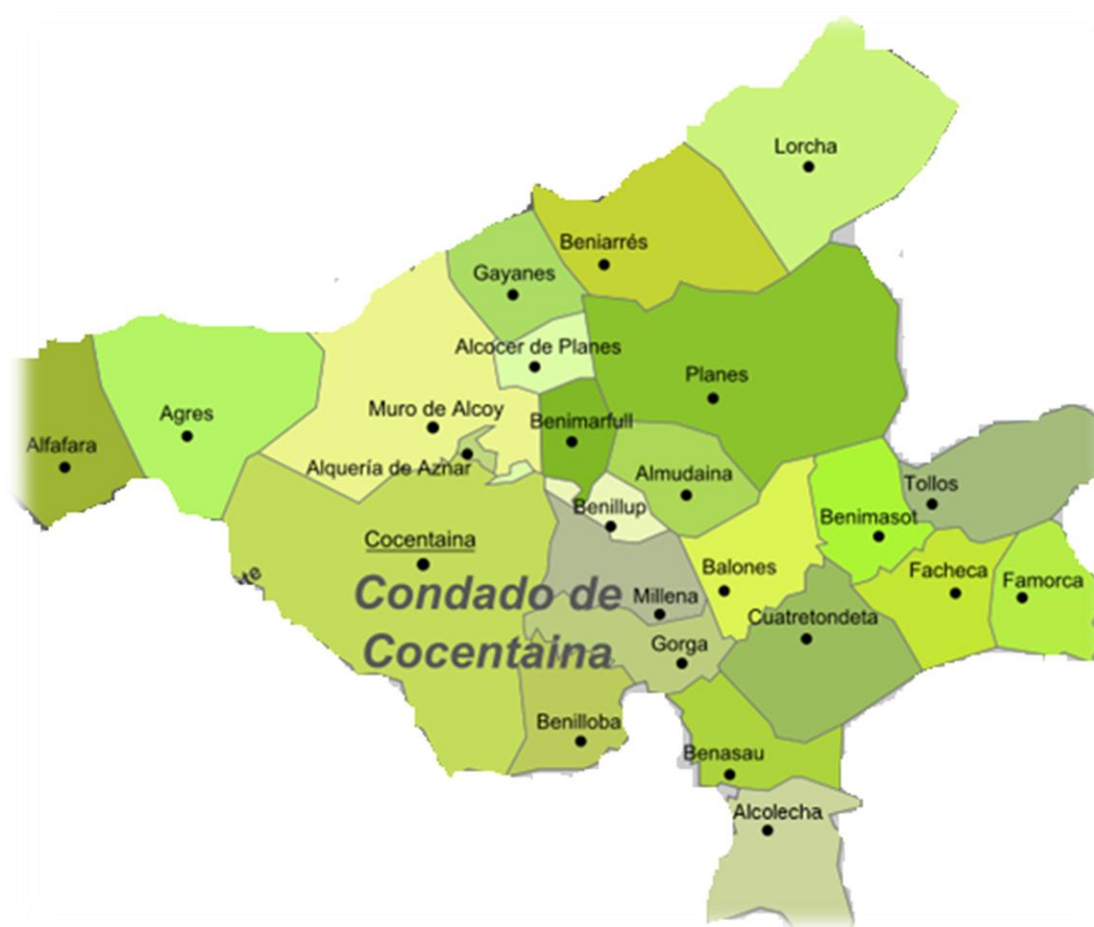
La localización geográfica de cada una de las poblaciones de la Comarca de l'Alcoià y el Comtat puede verse en las Figuras 1 y 2, respectivamente.

**Figura 1. Mapa de la Comarca de l'Alcoià.**



Fuente: Poblaciones de Alcoy y el Comtat.

**Figura 2. Mapa de la Comarca del Comtat**



Fuente: Poblaciones del Comtat.

Tras examinar qué poblaciones están incluidas en las Comarcas de l'Alcoià y el Comtat (Figuras 1 y 2), se han localizado las pirámides de población de cada uno de los municipios. En el Anexo 3 se incluye una tabla por cada población en la que puede verse cuántos habitantes, distinguiendo entre hombres y mujeres, se encuentran en cada rango de edad.

Según un estudio elaborado por "El grupo de selección directa y trabajo temporal Michael Page", los ciudadanos españoles alcanzan cierta estabilidad laboral a partir de los 25 años. De ahí, se ha determinado que el público objetivo del cuestionario es el formado por hombres y mujeres de las Comarcas indicadas con edad superior a 25 años. Se considera que ningún ciudadano se preocupará por invertir su dinero en alguno de estos productos puesto que si no tiene cierta estabilidad económica no puede disponer de cierta cantidad de dinero para invertir en dichos productos.

Al centrarse en la población de edades superiores a los 25 años de edad, se concluye que en las Comarcas de l'Alcoià y el Comtat hay un total de 104.018 ciudadanos mayores de 25 años (ver Tabla 11).



**Tabla 11. Total de habitantes de cada población objeto de estudio.**

	De 25 a 34	De 35 a 44	De 45 a 54	Más de 55	Total
<b>Alcoy</b>	7.107	9.181	9.270	19.398	44.956
<b>Ibi</b>	3.055	3.963	3.519	6.897	17.434
<b>Castalla</b>	1.178	1.689	1.536	3.140	7.543
<b>Onil</b>	1.038	1.219	1.142	2.287	5.686
<b>Bañeres</b>	868	1.078	1.100	2.246	5.292
<b>Tibi</b>	157	257	299	611	1.324
<b>Penáguila</b>	40	53	64	138	295
<b>Benifallim</b>	10	15	24	50	99
<b>Cocentaina</b>	1.414	1.678	1.813	3.801	8.706
<b>Muro</b>	1.162	1.637	1.371	2.555	6.725
<b>Beniarrés</b>	116	130	210	518	974
<b>Benilloba</b>	70	99	121	370	660
<b>Planes</b>	75	84	116	361	636
<b>Lorcha</b>	67	65	101	296	529
<b>Agres</b>	51	81	106	215	453
<b>Alquería</b>	67	110	75	130	382
<b>Benimarfull</b>	53	52	62	203	370
<b>Alfara</b>	44	51	77	143	315
<b>Gaïanes</b>	41	66	67	194	368
<b>Gorga</b>	27	29	56	112	224
<b>Alcolecha</b>	22	12	28	99	161
<b>Benasau</b>	17	16	17	87	137
<b>Millena</b>	27	24	33	109	193
<b>Quatretonda</b>	10	12	17	65	104
<b>Benimassot</b>	8	6	26	52	92
<b>Almudaina</b>	12	14	11	61	98
<b>Facheca</b>	12	14	18	46	90
<b>Benillup</b>	11	16	14	34	75
<b>Tollos</b>	1	9	3	35	48
<b>Famorca</b>	2	5	5	37	49
<b>TOTAL</b>	16.762	21.665	21.301	44.290	104.018

Fuente: Elaboración propia mediante Excel.

En este trabajo de campo se ha recurrido a la herramienta de investigación de mercados “encuesta tradicional”. La investigación de mercados es un instrumento para obtener información fiable y suficiente de manera sistemática y objetiva, para la ayuda en la toma de decisiones comerciales.

Según el tipo de información realizaremos investigaciones cualitativas o investigaciones cuantitativas.

En cuanto a la investigación cualitativa, es una metodología que busca los indicios de un problema, persigue la obtención de información que permita comprender la naturaleza del comportamiento de las personas en dicha situación. Escoge muestras reducidas y cuestionarios no estructurados para obtener aproximaciones ante un problema, no son resultados extrapolables a toda la población. Este método describe hechos con datos ricos y profundos.

Ejemplos de este método son: reuniones de grupo, entrevistas en profundidad, sesiones de grupo, observación y técnicas proyectivas.

Por otro lado, la investigación cuantitativa, recoge, analiza e interpreta datos objetivamente mesurables sobre una muestra que es representativa de una población objeto de estudio. Los resultados son extrapolables a la población, estadísticamente con un margen de error. Utiliza cuestionarios estructurados y la medición está controlada. Busca las causas de los fenómenos sin interpretaciones personales.

La clasificación de las técnicas cuantitativas es:

- Encuesta ad-hoc diseñada para alcanzar un objetivo específico mediante la recogida de datos primarios. Tiene cuatro tipos de encuestas: personal, telefónica, postal y electrónica.
- Encuestas periódicas, las cuales se caracterizan por su periodicidad en la recogida de información. Tiene dos tipos: paneles y Ómnibus.
- Experimentación de casos y laboratorio.

En este trabajo se ha escogido la investigación cuantitativa con el método de encuesta ad-hoc (tradicional), mediante la encuesta personal y electrónica.

La realización de una encuesta personal tiene como inconvenientes la poca disposición de la gente a realizarla. Es habitual que se nieguen a colaborar, puesto que no tienen tiempo disponible ya que la mayoría de personas trabajan y no pueden disponer de ese tiempo para contestar la encuesta. Además, lo habitual es que reciban un bombardeo constante de encuestas tanto con fines comerciales como políticos.

Otro inconveniente de la encuesta es el amplio entorno de aplicación que implica desplazarse de un lugar a otro lo cual se traduce en un elevado coste tanto de tiempo como de dinero al tener que desplazarte.

Respecto a los inconvenientes de la encuesta por correo cabe destacar el bajo índice de respuesta, la necesidad de disponer de diferentes correos electrónicos a tu alcance.

#### Error muestral:

Es el error máximo estadístico de la muestra, válido para el conjunto de todas las distintas muestras que se pueden tomar de la misma población. Es decir, es la precisión del cálculo.

Cuanto más alto es el error más imprecisión hay en el resultado obtenido. Todas las muestras poseen error muestral.

Cálculo del error muestral de esta encuesta:

- Tamaño de la población: 104.018 habitantes.
- Muestra: 120
- I. Confianza: 95.5%
- $Z = 2$

Con una muestra de 120 encuestados, una población total de 104018 ciudadanos y un intervalo de confianza del 95% obtenemos un error de muestreo de 9,12%.

### 3.2.- Diseño del cuestionario y medio para su difusión

En el diseño del cuestionario hay que considerar que éste debe ceñirse a las siguientes características: sencillo, preciso, discreto e interesante.

En el cuestionario (Anexo 2) se plasman las preguntas sobre la investigación que vamos a llevar a cabo. En éste se registran las respuestas de los encuestados.

Para elaborar este cuestionario se han redactado preguntas cortas y fáciles de contestar, evitando confusiones al interpretar su significado. El total de preguntas es de 9, lo que contribuye a no aburrir al encuestado.

El cuestionario consta de preguntas politómicas, de respuesta múltiple y preguntas de clasificación.

Las preguntas politómicas, presentan un conjunto de alternativas mutuamente excluyentes, se debe escoger la respuesta más adecuada.

La ventaja de utilizar preguntas cerradas es la facilidad de registro y codificación. Este tipo elimina tendencias del entrevistador y subjetividad en la agrupación. Las preguntas cerradas que utilizamos en este cuestionario son las politómicas y las de respuesta múltiple.

Las preguntas de clasificación, nos ayuda a obtener datos o características que permiten clasificar a los entrevistados, como edad, sexo, ingreso, ocupación, etc. No guardan relación directa con el objeto de estudio. Se sitúan al final de la entrevista.

Además, este cuestionario consta de dos preguntas filtro (C1, C4), estas crean una secuencia adecuada y coherente, eliminando preguntas innecesarias y acortando el proceso de la entrevista.

En esta encuesta las preguntas politómicas constan de cuatro preguntas cerradas y dentro de estas una pregunta de respuesta múltiple. Respecto a las preguntas de "clasificación" hay cuatro de tipo cerrado.

**Tabla 12. Clasificación de las cuestiones.**

Politómicas	Respuesta múltiple	Filtro	Clasificación
C2	C4	C1	C6
C3		C4	C7
C5			C8
C4			C9

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la primera pregunta elaborada (C1) condiciona el resto de la encuesta puesto que es fundamental para poder continuar con el resto de las preguntas. Si en esta la respuesta es afirmativa “Sí”, se prosigue con el resto de preguntas. Si la respuesta es negativa “No”, indica el desconocimiento de dicho producto por lo que la encuesta ya deriva (con una pequeña indicación) directamente al encuestado a la sección de preguntas de clasificación.

La pregunta C4 es de respuesta múltiple y filtro, puesto que si la respuesta es que no invirtió en ningún producto durante 2015, pasa directamente a la pregunta C6 puesto que no puede indicar en la C5 el importe destinado a dicha/s inversiones de 2015.

Los cuestionarios se han llevado a cabo a través de la entrevista personal, siendo este el medio de difusión más utilizado, seguido del correo electrónico, ambos métodos son tipos de la encuesta ad-hoc. En total, se han recogido 120 cuestionarios mediante entrevistas personales y 4 han sido recibidos por correo electrónico. Del total de 12 correos enviados, se han recibido 4 respuestas.

Las entrevistas personales se llevaron a cabo entre los meses de Abril y Mayo de 2016. Asimismo, los correos electrónicos se enviaron/recibieron en el mismo periodo.

### 3.3.- Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

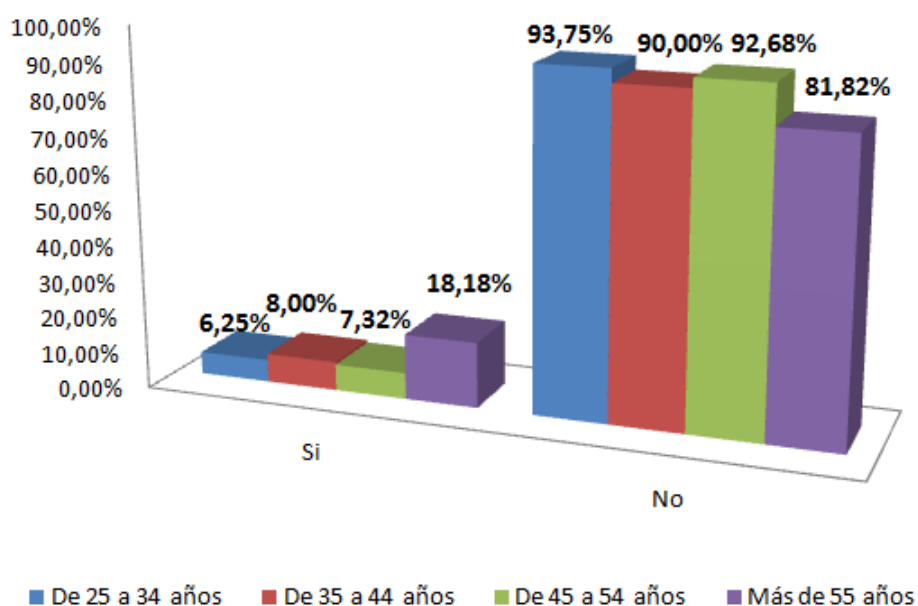
Tras pasar el cuestionario a 120 personas de distintas poblaciones, se han analizado e interpretado los resultados obtenidos, mediante gráficos y tablas. En el Anexo 4 se puede ver el porcentaje de respuestas de cada pregunta realizada en los cuestionarios y las variables sociodemográficas.

#### 3.3.1. Relación entre el conocimiento o no del producto y las distintas variables (edad, sexo, ingresos y nivel de estudios)

A continuación se muestran los gráficos de los resultados obtenidos y sus interpretaciones. En los siguientes gráficos se ha realizado un análisis de tabulación cruzada mediante el Dyane<sup>1</sup> y Excel.

En el gráfico 1, se muestra el análisis entre las cuestiones C1 (¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?) y C6 (Edad).

**Gráfico 1. Grado de conocimiento según la edad de encuestado.**



Fuente: elaboración propia mediante Excel y Dyane.

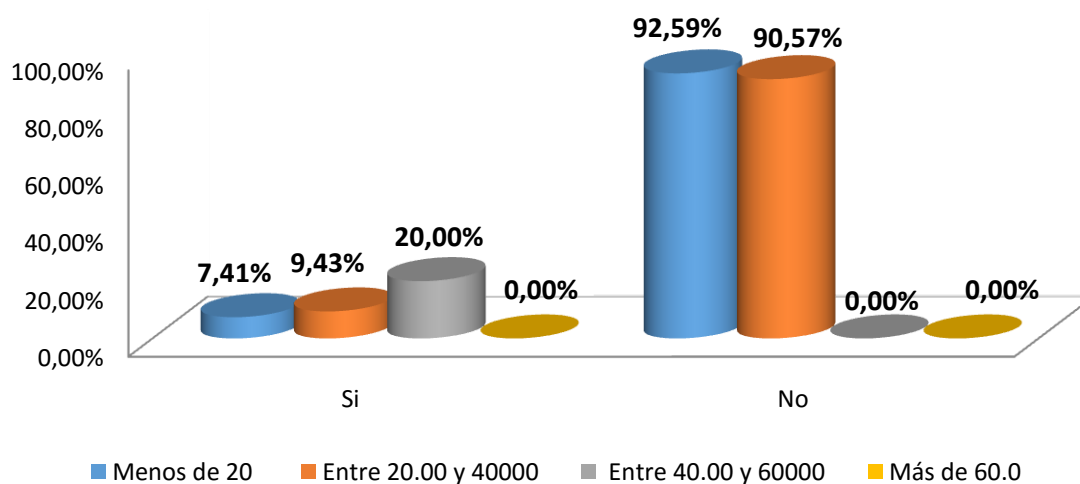
Tras observar el gráfico, se ve claramente que el vehículo de inversión inmobiliaria no es muy conocido en la muestra escogida.

<sup>1</sup>DYANE es la combinación de un libro y un programa informático para diseñar y realizar encuestas y estudios de investigación social y de mercados distintas técnicas de análisis de datos.

- Tomando en consideración el rango de edad, se observa que la población comprendida entre 25 a 34 años es la que tiene menor grado de conocimiento del producto, con un porcentaje del 6.25%. En cambio, la población mayor de 55 años tiene un grado de conocimiento mayor, con un porcentaje del 18,18%.
- Respecto a los bloques de edad de 35 a 44 y de 45 a 54 años se observa una similitud en cuanto a sus resultados con unos porcentajes del 8% y 7,32%, respectivamente.
- Tomando en consideración el grado de conocimiento en general, se observa que es mucho más elevado el porcentaje de personas que no conocen las SOCIMI (90,83%) ya que únicamente 11 personas encuestadas de las 120 conocían el producto (9.17%).

En el gráfico 2, se muestra el análisis entre las cuestiones C1 (¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?) y C7 (Ingresos).

**Gráfico 2. Grado de conocimiento según los ingresos de los encuestados.**

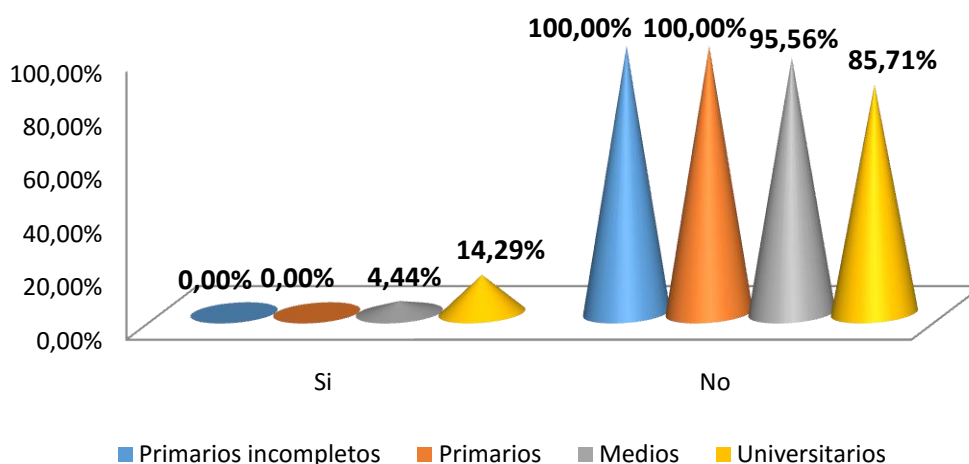


Fuente: elaboración propia mediante Excel y Dyane.

En este gráfico, se muestra que el bloque de ingresos entre 40.000 y 60.000 tiene el mayor porcentaje con un 20% que conocía el producto inmobiliario. Los bloques con menor grado de conocimiento son los de 20.000 a 40.000 euros y los de menos de 20.000 euros, con unos porcentajes del 92.59% y 90.57%, respectivamente.

El tercer gráfico, muestra la comparación de las cuestiones C1 (¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?) y C9 (Nivel de estudios).

**Gráfico 3. Grado de conocimiento según el nivel de estudios.**



Fuente: elaboración propia mediante Excel y Dyane.

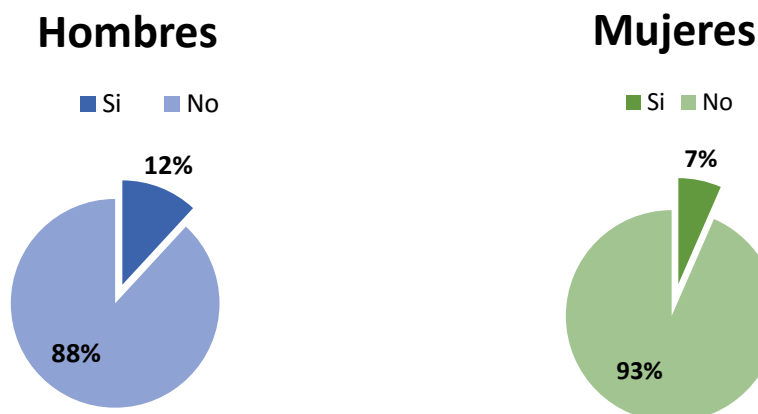
En este gráfico se observa que la gente con estudios primarios tanto incompletos como completos no tienen conocimiento sobre las SOCIMI con un porcentaje del 100% en ambos casos. Los encuestados con estudios medios tienen un grado de conocimiento del 4.4% y los que tienen estudios universitarios son lo que más conocimiento tienen, con un porcentaje de 14.29%.

Observando de mayor a menor el grado de conocimiento del producto según el nivel de estudios, se deduce de la gráfica que los que mayor conocimiento tienen son aquellos que cursaron estudios universitarios, con un porcentaje del 14.29%. Los encuestados con estudios medios tienen un grado de conocimiento del 4.4%. Por último, cabe destacar que el porcentaje obtenido en el tramo comprendido entre los encuestados con estudios primarios incompletos y los que tienen estudios primarios fue del 0.0%, es decir, desconocimiento total del producto.

El gráfico 4, muestra el porcentaje de personas que conocen el producto según el sexo: Masculino/ Femenino. Reúne las cuestiones C1 (¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?) y C8 (Sexo).



**Gráfico 4. Porcentaje de conocimiento según el sexo.**



Fuente: elaboración propia mediante Dyane y Excel.

El porcentaje de hombres que sí que conocen el producto es un 12% y el de las mujeres es un 7%. El porcentaje de desconocimiento de los hombres es un 88% y de las mujeres un 93%. Si aplicamos los porcentajes de cada uno sobre el total de hombres o mujeres, vemos que un 12% sobre 59 hombres y un 7% sobre 61 mujeres, se puede concluir que los hombres conocen un poco más el vehículo de inversión inmobiliaria.

### 3.3.2. Grado de conocimiento de las características del producto.

Para comprobar si los que contestaron que conocen el nombre del producto SOCIMI saben sus características y su tributación, se ha realizado una tabla para cada una de las dos cuestiones.

En la tabla 13, se mostrará -entre los que contestaron que sí que lo conocían- cuántos sabían realmente a qué sector está vinculado el producto.

**Tabla 13. Porcentajes sobre la asociación del producto a su sector.**

Sector de inversión al que se asocian las SOCIMI	Total	
	Frecuencia	%
- Petróleo y energía.	1	9.1
- Materiales Básicos, Industria y construcción.	1	9.1
- Bienes de consumo.	0	0.0
- Servicios de consumo.	0	0.0
- Servicios Financieros e Inmobiliarios.	9	81.8
- Tecnología y Telecomunicaciones.	0	0.0

Fuente: Elaboración propia mediante el Dyane.

En la tabla 14, se muestra -entre los que contestaron que sí que lo conocían- cuántos sabían realmente a qué tipo de impositivo tributaba el producto.

**Tabla 14. Porcentajes sobre el tipo impositivo al que tributan las Socimi.**

Tipo impositivo al que tributan las SOCIMI	Total	
	Frecuencia	%
- Al 0% si se cumplen determinados requisitos.	2	18.2
- Al 0% en cualquier caso.	0	0
- No sabría decirlo.	9	81.8

Fuente: Elaboración propia mediante el Dyane.

Tras observar las tablas 13 y 14, vemos que de los once encuestados que conocían el producto, uno señala que dicho producto se dedica al sector del Petróleo y energía, otro encuestado afirma que está enfocado el producto al sector de materiales básicos, industria y construcción, pero un 81,81%, es decir, las otras nueve personas, señalan correctamente el sector de dicho producto, servicios financieros y de inversión inmobiliaria.

Por otro lado, de los once encuestados que afirman conocer el vehículo de inversión, dos personas dicen que su tipo impositivo es al 0% siempre que se cumplan unos determinados requisitos, los otros nueve encuestados señalan que no saben cierto el tipo impositivo al que tributan las SOCIMI.

#### 4.- CONCLUSIONES

El objetivo de este proyecto es averiguar el grado de conocimiento del vehículo inmobiliario SOCIMI que fue introducido en España el 26 de octubre de 2009 con la publicación de la Ley 11/2009 con la que se regula el producto.

Las SOCIMI son el equivalente a la figura internacional del REIT (*Real Estate Investment Trust*), que fue establecido en otros países, el primer país fue Estados Unidos en 1960, más tarde fue introduciéndose en un total de 34 países.

El interés por el grado de conocimiento de este producto se debe al cambio de la Ley 11/2009 por la Ley 16/2012 que mejoró las características y redujo a un 0% la tributación en el impuesto de sociedades del producto de inversión inmobiliario SOCIMI, haciéndolo más atractivo para los pequeños inversores.

Además, en 2015 entró la primera SOCIMI (Merlín Properties) en el Ibex 35, tras la salida de Abengoa por concurso de acreedores.

Estos cambios afectaron a otros vehículos de inversión inmobiliaria. En el caso de los Fondos de Inversión Inmobiliaria pasaron de ser seis en 2014 a tres fondos en la actualidad. En el caso de las Sociedades de Inversión Inmobiliarias pasaron de ser siete en 2014 a ser seis. Además, las Sociedades Patrimoniales desaparecieron por completo como consecuencia de la Ley 35/2006.

El estudio de campo realizado persigue averiguar el grado de conocimiento de las SOCIMI en los alrededores de Alcoy. En concreto, se ha tomado una muestra de 120 personas que habitan en diferentes pueblos de las dos comarcas de l'Alcoià y el Comtat.

El parámetro muestral no ha podido ser más amplio por la dificultad del encuestador de desplazarse a las diferentes poblaciones que abarcan el entorno muestral. Por otro lado, se ha intentado que las personas entrevistadas fueran lo más diversas posible, en cuanto a población, sexo, edad, nivel de estudios, incluso de diferentes profesiones si bien la profesión del encuestado no se ha preguntado explícitamente en la encuesta.

Tras haber realizado el análisis de los cuestionarios, se ha comprobado que el grado de conocimiento del producto es escaso y que la variable que más influye es la de los estudios, a mayor nivel de estudios más conocimiento y más inversión se realiza, puesto que también tienen mayor nivel adquisitivo para poder invertir. Las variables - edad y sexo- no son significativas, aunque a mayor edad mayor conocimiento del producto SOCIMI.

El elevado desconocimiento en general del producto, lleva a la conclusión de la necesidad de darlo a conocer ya que este producto ha mejorado mucho en cuanto a sus particularidades, principalmente en materia fiscal.

## REFERENCIAS

- [Cambios SOCIMI 2012](#). Última consulta Abril 2016.
- [Antecedentes de las SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [Antecedentes de las SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [Antecedentes de las SOCIMI](#). Última consulta Abril de 2016.
- [Antecedentes de las SOCIMI. \(Tipos Reits\)](#) Última consulta Abril de 2016.
- [Fondos de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Fondos de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Fondos de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Fondos de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de inversión inmobiliaria](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades patrimoniales](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades patrimoniales](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades patrimoniales](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de arrendamiento](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de arrendamiento](#). Última consulta Mayo de 2016.
- [Sociedades de arrendamiento](#). Última consulta Abril de 2016.
- [SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.
- [SOCIMI](#). Última consulta Marzo de 2016.

[SOCIMI](#). Última consulta Mayo de 2016.

[Padrón municipal](#). Última consulta Marzo 2016.

[Cambios fiscales Socimi](#). Última consulta Abril 2016.

[Tipos de Reits](#). Última consulta Abril 2016.

[Poblaciones de Alcoy y el Comtat](#). Última consulta Abril 2016.

[Poblaciones de Alcoy y el Comtat](#). Última consulta Abril 2016.

[Población municipios de l'Alcoià](#). Última consulta Mayo 2016.

[Población municipios el Comtat](#). Última consulta Mayo 2016.

[Relevancia de las SOCIMI](#). Última consulta Mayo 2016.

[Merlín Properties](#). Última consulta Mayo 2016.

*Miguel Santesmases Mestre*. Dyane V.4. <<Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados>> *PIRÁMIDE*.

*Ildfonso Grande Esteban y Elena Abascal*. <<Fundamentos y técnicas de investigación>>. *ESIC*.

*Francisco José Sarabia Sánchez*. <<Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas>>. *PIRÁMIDE*.

*Vidal Díaz de Rada*. <<Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial.>> *ESIC*.

# ANEXOS

## ANEXO 1. Empresas de asesoramiento y apoyo a SOCIMIS

**Tabla I. Empresas de asesoramiento y apoyo a la constitución de SOCIMIS**

<b>SOLVENTIS</b> <a href="http://www.solventis.es/es/corporate/socimi">http://www.solventis.es/es/corporate/socimi</a>	<b>Solventis 2014</b> · C/ Pedro i Pons 9 08034 Barcelona - Tel.93.200.95.78	<p>Oficinas de Barcelona y Vigo. Especialización en el "small-midmarket"</p> <p>Asesora y ayuda desde la creación hasta la cotización de la SOCIMI, a empresas, particulares, instituciones financieras y entidades de capital de riesgo.</p>
<b>ESTRATELIS ADVISORS</b> <a href="http://www.estratelis.com">www.estratelis.com</a> <a href="mailto:minfo@estratelis.com">minfo@estratelis.com</a>	<p>-Barcelona, Rambla Catalunya, 135, 08008 Barcelona+34934231616</p> <p>-Madrid, Plaza Marqués de Salamanca, 10 28006 +34 93 241 97 48</p>	<p>Ofrece a sus clientes todo el asesoramiento necesario para integrar y crear una SOCIMI, beneficiándose de todas las ventajas que ello le supone.</p>
<b>IREA, SJ Berwin y Abante</b>  <b>*SJ BERWIN</b> <a href="http://www.sjberwin.com">www.sjberwin.com</a>  <b>*ABANTE</b> <a href="https://www.abanteasesores.com/">https://www.abanteasesores.com/</a>	<p><a href="mailto:info@irea.es">info@irea.es</a>          Paseo de la Castellana, 141. Planta 18. Cuzco IV 28046 <b>Madrid. España</b>          T: +34 91 579 84 00 F+34 91 572 32 07</p> <p><b>*SJ BERWIN</b>  <a href="http://www.sjberwin.com">www.sjberwin.com</a>  <b>*ABANTE</b>          Dirección: Padilla 32          Ciudad: Madrid País: España          Teléfono: 91 781 57 50</p>	<p>La firma legal internacional SJ Berwin, IREA, firma especializada en el asesoramiento financiero en el sector inmobiliario, y Abante, dedicada al asesoramiento de inversiones y gestión de activos y asesor registrado en el MAB, han firmado una alianza para el asesoramiento en la constitución, gestión, financiación y cotización de Socimi. IREA asumirá el asesoramiento estratégico y financiero, valoración de la sociedad y sus activos. SJ Berwin prestará asesoramiento jurídico y Abante las funciones de Asesor Registrado (MAB) y proveedor de liquidez.</p>

<p><b>-Red Básica</b></p> <p><a href="http://www.Redbasica.es">www.Redbasica.es</a></p> <p><b>-Red básica en alianza con Staylant</b></p>	<p>Telf. 910912205</p> <p><b>-BRER</b> (Bienes raíces en rentabilidad)</p> <p><b>-BROES</b> (edificios de propiedad pública)</p> <p><b>-BREHER</b> (Hoteles)</p>	<p>Ofrece nuestro despacho asociado especializado en SOCIMIs calificado como Asesor Registrado del Mercado Alternativo Bursátil (MAB) para SOCIMI y Empresas en Expansión.</p> <p>Es una empresa de profesionales con una larga y acreditada experiencia en el sector financiero y de la auditoria, especializada en asesorar a empresas, y en especial a SOCIMIs que deseen incorporarse al MAB, Mercado Alternativo Bursátil. Estamos autorizados por Bolsas y Mercados Españoles (BME), siendo nuestra actividad objeto de determinada regulación por parte de la CNMV.</p>
<p><b>-Armabex</b></p> <p><b>Asesores registrados</b></p> <p><a href="http://www.armabex.es">www.armabex.es</a></p>	<p><b>C/ Doce Octubre 5, 28009 - Madrid –</b></p> <p>- Tel: +34 915 742 808</p> <p><a href="mailto:info@armabex.com">info@armabex.com</a></p>	<p>Especializados en la constitución de SOCIMIs y en la incorporación al Mercado Alternativo Bursátil (MAB). Está autorizada por Bolsas y Mercados para operar como Asesor Registrado y como coordinador global de toda la información que se genera por los distintos especialistas que intervienen en el proceso de desarrollo y en el Documento Informativo de Incorporación al Mercado necesario para que la SOCIMI llegue a cotizar en el MAB. Somos líderes en el Mercado habiendo sido los primeros en solicitar la incorporación de una SOCIMI al MAB y teniendo SEIS SOCIMIs cotizando en el MAB.</p> <p>Nuestros servicios están dirigidos tanto a Grupos Familiares y Family Office, como a operadores internacionales (Fondos de Inversión Inmobiliarios, REITs), instituciones financieras, empresas cotizadas, cadenas hoteleras y empresas patrimonialistas que se quieren transformar en SOCIMI.</p> <p>En la parte de consultoría asistimos a los promotores de SOCIMIs.</p> <p>Asesoramos a nuestros clientes en cómo adaptar su estrategia patrimonialista al nuevo entorno fiscal y operativo que marcan las SOCIMIs.</p>
<p><b>Lexland abogados</b></p>	<p><b>Av. Ricardo Soriano</b></p> <p><b>21 Marbella,</b></p> <p><b>Málaga 29601 España</b></p> <p><a href="mailto:Comunicaciones@lexland.es">Comunicaciones@lexland.es</a></p>	<p>Asesoramiento legal o fiscal estudio inicial y gratuito de su caso. Su consulta será enviada directamente a uno de nuestros abogados, el cual contactará con usted inmediatamente.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la página Web de cada una de las empresas.



## ANEXO 2.Cuestionario

### NIVEL DE CONOCIMIENTO SOCIMI

C1. ¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?

- a) Sí
- b) No (Pasa a la C.6)

C2. ¿A qué sector de inversión asocia este vehículo de inversión?

- a) Petróleo y energía
- b) Materiales Básicos, Industria y Construcción
- c) Bienes de Consumo
- d) Servicios de Consumo
- e) Servicios Financieros e Inmobiliarios
- f) Tecnología y Telecomunicaciones

C3. ¿A qué tipo impositivo tributan las SOCIMI?

- a) Al 0% si se cumplen determinados requisitos.
- b) Al 0% en cualquier caso.
- c) No sabría decirlo.

C4. ¿Ha invertido en alguno/s de los siguientes productos de inversión durante 2015?

- a) Renta fija. Ejemplo: Letras del Tesoro
- b) Renta variable. Ejemplo: Acciones de Telefónica
- c) Fondos de inversión. Ejemplo: Fondos de Inversión Inmobiliaria
- d) Productos híbridos. Ejemplo: Participaciones preferentes
- e) Productos derivados. Ejemplo: Futuros
- f) Productos estructurados. Ejemplo: Bono estructurado Repsol-Telefónica a 4 años
- g) No invertí en ninguno de los productos anteriores durante 2015 (Pasa a la C.6)

C5. ¿Qué importe destinó a este/os producto/s?

- a) Hasta 1000 euros.
- b) Entre 1000 y 5000 euros.
- c) Más de 5000 euros.

C6. Edad

- a) De 25 a 34 años
- b) De 35 a 44 años
- c) De 45 a 54 años
- d) De 55 y más años

C7. Ingresos

- a) Menos de 20.000€
- b) Entre 20.000- 40.000€
- c) Entre 40.000- 60.000€
- d) Más de 60.000€

C8. Sexo:

- a) Hombre
- b) Mujer

C9. Nivel de estudios:

- a) Primarios incompletos
- b) Primarios/ básicos
- c) Medios
- d) Universitarios

### ANEXO 3. Piràmides poblacionales.

**Tabla II. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Cocentaina.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	483	547	537	557	576	629	785	806	872	880	933	852	724	600	506	392	384	234	89	18	2
Hombres	253	297	276	292	296	334	432	406	472	444	473	434	371	292	249	172	158	72	24	5	0
Mujeres	230	250	261	265	280	295	353	400	400	436	460	418	353	308	257	220	226	162	65	13	2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla III. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Alfafara.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	5	17	24	28	17	18	26	19	32	43	34	24	20	32	24	13	24	5	1	0	0
Hombres	3	6	12	16	7	8	17	12	14	23	22	10	6	13	14	3	10	2	0	0	0
Mujeres	2	11	12	12	10	10	9	7	18	20	12	14	14	19	10	10	14	3	1	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla IV. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Benilloba.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	12	23	26	32	33	28	42	45	54	57	64	55	58	61	62	44	44	29	13	4	0
Hombres	8	10	14	15	10	21	24	27	27	33	35	24	31	31	29	21	19	15	3	2	0
Mujeres	4	13	12	17	23	7	18	18	27	24	29	31	27	30	33	23	25	14	10	2	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla V. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Planes.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	11	20	30	26	30	33	42	39	45	52	64	72	59	60	49	45	36	27	12	1	0
Hombres	6	9	18	16	19	14	29	21	21	33	30	38	35	27	27	23	18	8	3	1	0
Mujeres	5	11	12	10	11	19	13	18	24	19	34	34	24	33	22	22	18	19	9	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla VI. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Gaianes.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	17	21	14	13	24	14	27	30	36	34	33	36	40	34	33	20	16	8	6	1	0
Hombres	7	18	5	5	10	10	10	15	16	24	22	12	24	15	19	12	9	3	1	0	0
Mujeres	10	3	9	8	14	4	17	15	20	10	11	24	16	19	14	8	7	5	5	1	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla VII. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Beniarri3s.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	26	40	51	53	64	57	59	49	81	114	96	86	57	67	86	65	87	53	14	3	0
Hombres	15	18	28	26	32	30	34	28	45	61	48	49	31	33	41	31	37	18	2	1	0
Mujeres	11	22	23	27	32	27	25	21	36	53	48	37	26	34	45	34	50	35	12	2	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla VIII. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Lorxa.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	14	18	23	18	48	36	31	28	37	48	53	44	43	47	48	40	43	26	4	0	1
Hombres	9	11	13	8	17	18	19	16	15	27	30	24	23	22	27	12	23	8	1	0	0
Mujeres	5	7	10	10	31	18	12	12	22	21	23	20	20	25	21	28	20	18	3	0	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla IX. Piràmide de poblaci3n (sexo y edad) para el a1o 2015 de Agres.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	14	26	22	30	29	22	29	42	39	58	48	36	44	38	32	20	24	14	6	1	0
Hombres	7	11	12	20	16	12	19	24	21	34	26	22	21	21	16	9	8	7	1	0	0
Mujeres	7	15	10	10	13	10	10	18	18	24	22	14	23	17	16	11	16	7	5	1	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisi3n Padr3n 2015.

**Tabla X. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Muro.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	498	550	500	436	458	525	637	833	804	706	665	574	483	395	333	255	287	151	64	13	0
Hombres	260	265	257	219	214	262	347	431	419	361	324	292	243	206	139	120	118	45	17	2	0
Mujeres	238	285	243	217	244	263	290	402	385	345	341	282	240	189	194	135	169	106	47	11	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XI. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Benillup.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	3	5	2	4	10	7	4	7	9	5	9	12	8	3	5	4	2	2	0	0	0
Hombres	1	1	1	0	4	4	3	1	7	2	6	6	3	2	2	3	0	1	0	0	0
Mujeres	2	4	1	4	6	3	1	6	2	3	3	6	5	1	3	1	2	1	0	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Millena.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	2	6	4	10	9	13	14	8	16	18	15	23	30	17	16	15	6	1	1	0	0
Hombres	1	3	2	4	5	6	8	5	7	9	8	12	14	11	8	9	3	0	0	0	0
Mujeres	1	3	2	6	4	7	6	3	9	9	7	11	16	6	8	6	3	1	1	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XIII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Almudaina.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	2	2	4	3	5	7	5	9	5	5	6	8	8	16	10	11	4	3	1	0	0
Hombres	1	1	3	2	3	5	3	5	3	3	4	4	3	5	5	6	3	2	0	0	0
Mujeres	1	1	1	1	2	2	2	4	2	2	2	4	5	11	5	5	1	1	1	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XIV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Gorga.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	6	5	6	16	18	18	9	14	15	22	34	20	11	20	27	11	9	11	3	0	0
Hombres	1	2	4	13	13	5	8	11	9	11	16	12	8	10	15	5	5	2	1	0	0
Mujeres	5	3	2	3	5	13	1	3	6	11	18	8	3	10	12	6	4	9	2	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Quatretondeta.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	0	2	3	1	1	5	5	5	7	9	8	9	16	8	10	5	7	8	1	0	1
Hombres	0	2	2	1	0	3	3	4	6	6	4	4	7	6	7	2	2	0	1	0	0
Mujeres	0	0	1	0	1	2	2	1	1	3	4	5	9	2	3	3	5	8	0	0	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVI. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Benasau.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	2	2	6	1	7	9	8	6	10	6	11	9	14	21	14	9	9	5	6	0	0
Hombres	0	1	4	1	3	3	6	4	7	3	4	5	3	11	7	4	4	3	3	0	0
Mujeres	2	1	2	0	4	6	2	2	3	3	7	4	11	10	7	5	5	2	3	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Alcoletja.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	6	6	1	4	6	10	12	10	2	10	18	19	18	9	15	11	15	5	5	2	0
Hombres	3	5	1	2	2	3	5	7	1	5	11	11	9	4	8	8	9	1	1	0	0
Mujeres	3	1	0	2	4	7	7	3	1	5	7	8	9	5	7	3	6	4	4	2	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVIII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Fageca.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	2	2	0	2	7	7	5	7	7	6	12	5	5	7	10	7	7	5	0	0	0
Hombres	1	1	0	2	3	5	2	4	6	4	5	5	2	3	5	3	5	0	0	0	0
Mujeres	1	1	0	0	4	2	3	3	1	2	7	0	3	4	5	4	2	5	0	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XIV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Famorca.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	0	0	0	1	2	2	0	3	2	2	3	6	8	8	5	4	3	1	2	0	0
Hombres	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	2	5	3	3	4	1	2	0	0	0	0
Mujeres	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	5	5	1	3	1	1	2	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Tollos.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	0	1	0	1	2	0	1	3	6	1	2	3	2	7	3	6	5	6	2	1	0
Hombres	0	1	0	1	2	0	0	2	5	1	1	2	1	4	1	2	2	2	1	0	0
Mujeres	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	3	2	4	3	4	1	1	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVI. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Benimassot.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	3	1	1	8	5	6	2	3	3	13	13	8	11	12	6	7	4	3	1	0	1
Hombres	2	1	1	5	3	5	2	3	2	7	5	4	3	8	2	5	1	1	1	0	0
Mujeres	1	0	0	3	2	1	0	0	1	6	8	4	8	4	4	2	3	2	0	0	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Alquería d'Asnar.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	25	28	34	32	21	34	33	58	52	41	34	36	11	22	10	14	14	18	4	1	0
Hombres	14	12	7	15	11	13	16	31	29	19	19	21	3	10	5	6	4	7	2	0	0
Mujeres	11	16	27	17	10	21	17	27	23	22	15	15	8	12	5	8	10	11	2	1	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XVIII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Benimarfull.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	8	12	14	9	20	23	30	22	30	27	35	40	20	40	30	25	20	16	11	1	0
Hombres	4	9	8	7	9	10	17	12	18	15	16	23	8	17	17	11	9	7	0	0	0
Mujeres	4	3	6	2	11	13	13	10	12	12	19	17	12	23	13	14	11	9	11	1	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XIX. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Alcoy.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	2.632	3.072	2.999	2.865	3.043	3.242	3.865	4.559	4.622	4.653	4.617	4.078	3.363	3.042	2.851	2.153	2.122	1.210	472	96	11
Hombres	1.364	1.582	1.515	1.447	1.551	1.669	2.022	2.358	2.334	2.378	2.301	1.970	1.594	1.438	1.286	886	813	369	105	22	3
Mujeres	1.268	1.490	1.484	1.418	1.492	1.573	1.843	2.201	2.288	2.275	2.316	2.108	1.769	1.604	1.565	1.267	1.309	841	367	74	8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XX. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Ibi.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	1.038	1.244	1.157	1.159	1.289	1.412	1.643	1.981	1.982	1.801	1.718	1.538	1.318	1.240	943	719	626	359	139	11	4
Hombres	553	630	610	602	661	730	858	1.033	1.030	902	868	749	643	583	473	314	259	126	43	2	0
Mujeres	485	614	547	557	628	682	785	948	952	899	850	789	675	657	470	405	367	233	96	9	4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXI. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Castalla.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	450	510	451	511	529	508	670	893	796	790	746	671	572	630	485	320	267	146	39	9	1
Hombres	214	262	237	276	279	263	342	470	428	408	373	350	284	300	245	141	111	62	10	1	0
Mujeres	236	248	214	235	250	245	328	423	368	382	373	321	288	330	240	179	156	84	29	8	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Onil.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	346	391	385	344	396	485	553	612	607	585	557	513	459	367	288	237	218	138	54	12	1
Hombres	175	210	202	184	208	243	294	338	314	276	283	254	222	174	133	112	77	42	25	3	0
Mujeres	171	181	183	160	188	242	259	274	293	309	274	259	237	193	155	125	141	96	29	9	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXIII. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Bañeres.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	336	396	351	390	390	407	461	532	546	586	514	447	385	407	339	263	210	141	46	8	0
Hombres	168	195	177	206	190	236	228	281	293	290	266	226	198	194	157	118	76	52	14	4	0
Mujeres	168	201	174	184	200	171	233	251	253	296	248	221	187	213	182	145	134	89	32	4	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXIV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Tibi.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	55	69	71	65	72	82	75	130	127	147	152	116	98	140	104	60	48	35	10	0	0
Hombres	25	31	48	35	35	45	36	78	74	71	76	63	46	71	57	30	27	17	1	0	0
Mujeres	30	38	23	30	37	37	39	52	53	76	76	53	52	69	47	30	21	18	9	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXV. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Penáguila.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	11	16	3	9	19	25	15	25	28	28	36	21	17	22	21	24	17	10	4	2	0
Hombres	4	7	1	4	9	16	10	19	15	14	24	8	8	16	11	12	10	2	3	0	0
Mujeres	7	9	2	5	10	9	5	6	13	14	12	13	9	6	10	12	7	8	1	2	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

**Tabla XXVI. Pirámide de población (sexo y edad) para el año 2015 de Benifallim.**

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	+ 100
Total	1	1	5	3	5	7	3	8	7	12	12	12	10	7	4	3	6	5	3	0	0
Hombres	1	0	3	3	3	5	3	4	4	7	6	8	4	4	3	0	3	1	1	0	0
Mujeres	0	1	2	0	2	2	0	4	3	5	6	4	6	3	1	3	3	4	2	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2015.

#### ANEXO 4. Análisis cuestiones mediante DYANE

**Tabla XXVII. Porcentajes de respuesta en cada una de las cuestiones**

<b>¿Ha oído hablar del vehículo societario de inversión SOCIMI?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Si	11	9.17
- No	109	90.83
<b>¿A qué sector de inversión asocia este vehículo de inversión?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Petróleo y energía	1	9.09
- Materiales Básicos, Industria y Construcción	1	9.09
- Servicios Financieros e Inmobiliarios	9	81.82
<b>¿A qué tipo impositivo tributan las SOCIMI?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Al 0% si se cumplen determinados requisitos	2	18.18
- No sabría decirlo	9	81.82
<b>¿Ha invertido en alguno/s de los siguientes productos de inversión durante 2015?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Renta fija.	5	22.73
- Renta variable.	5	22.73
- Fondos de inversión	5	22.73
- Productos derivados	2	9.09
- Productos estructurados	2	9.09
- No invertí en ninguno	3	13.64
<b>¿Qué importe destino a estos productos?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Hasta 1000 euros	5	45.45
- Entre 1000 y 5000 euros	2	18.18
- Más de 5000 euros	4	36.36
<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- De 25 a 34 años	32	26.67
- De 35 a 44 años	25	20.83
- De 45 a 54 años	41	34.17
- De 55 y más años	22	18.33
<b>Ingresos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Menos de 20000 euros	54	45
- Entre 20000 y 40000 euros	53	44.17
- Entre 40000 y 60000 euros	10	8.33
- Más de 60000	3	2.50
<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Hombre	59	49.17
- Mujer	61	50.83
<b>Nivel de estudios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
- Primarios incompletos	5	4.17
- Primarios/ básicos	7	5.83
- Medios	45	37.5
- Universitarios	63	52.5

Fuente: Elaboración propia a partir del Software Dyane.

**Tabla XXVIII. Perfil socio-demográfico de los encuestados**

<b>Edad</b>	De 25 a 34 años	32
	De 35 a 44 años	25
	De 45 a 54 años	41
	Más de 55 años	22
<b>Sexo</b>	Hombre	59
	Mujer	61
<b>Ingresos</b>	Menos de 20.000 euros	54
	Entre 20.000 y 40.000	53
	Entre 40.000 y 60.000	10
	Más de 60.000 euros	3
<b>Nivel de estudios</b>	Primarios incompletos	5
	Primarios/ básicos	7
	Medios	45
	Universitarios	63

Fuente: Elaboración propia mediante datos del DYANE.